

## دور الاعلام الشبابي في المملكة العربية السعودية

الدكتور : عدنان درويش جلون

الرياض

1406 هـ - 1986 م

## الفصل الثاني

### دور الاعلام الشبابي بالمملكة العربية السعودية \*

#### مقدمة

يتميز القرن العشرون، بأنه عصر الاعلام الجماهيري، الذي أصبح حقيقة طاغية في حياة الانسان المعاصر .. وقد ساعد التطور التكنولوجي والصناعي الحديث، على جعل الاعلام ميسرا وسهلا، فجاء هذا التطور بوسائل مستحدثة، تحاصر الانسان، أينما كان، وتفرض تأثيرها وسيطرتها عليه في كل مكان ...

ولم يعد هناك أدنى مجال للشك، في ذلك الدور المتعاظم الذي أصبحت وسائل الاعلام تقوم به، كأدوات أساسية لنقل الحقيقة، والمعلومات الجادة والترفيهية، حتى أصبح انسان هذا العصر، هدفا لمؤثرات اعلامية عديدة تحيط به وتتسابق كلها .. بسرعة، وفن، وعلم، نحو هدف واحد هو التأثير على عقله ووجدانه، واتجاهاته، وأنماط سلوكه.

وهذه المؤثرات الاعلامية المتعددة، تحاصر الانسان منذ أن يستيقظ من نومه حتى يذهب الى فراشه ليغمض عينيه .. الاذاعة تتحدث اليه، والصحف يجدها أمامه، فاذا خرج الى الطريق، فالملصقات، والاعلانات، تحيط به من كل جانب، فاذا عاد الى منزله، فانه قد يقرأ كتابا أو يستمع الى الراديو، أو يشاهد التلفزيون، وفي أوقات فراغه قد يذهب الى المسرح أو السينما، أو يشترك في ندوة، أو يستمع الى محاضرة .... الخ.

هكذا أصبح الانسان هدفا للتأثير عليه، بمختلف الأساليب، وبكافة الوسائل الاعلامية، بحيث يمكن القول، أن العملية الاعلامية

---

★ اعداد : د عدنان درويش جلون - مدير مركز المعلومات والدراسات - الرئاسة العامة لرعاية الشباب المملكة العربية السعودية - الرياض.

أصبحت عنصرا أساسيا من عناصر تشكيل قيم الناس ومفاهيمهم وأنماط سلوكهم، وأسلوب حياتهم .. وأن هذه العملية، أصبحت وسيلة من وسائل المجتمع لخدمة أهدافه داخليا، وخارجيا، جنبا الى جنب الجهود السياسية والاقتصادية والعلمية والثقافية المختلفة.

وكان من الضروري أن يصاحب، هذا التطور الهائل في وسائل الاعلام، والتنوع في أشكال، ومضمون ما يقدم من خلالها، اهتمام بالغ من جانب الدارسين والباحثين، فتعددت الدراسات والبحوث في محاولة لتقييم مدى تأثير عملية الاعلام على الانسان، ودراسة الدور الذي يمكن أن تقوم به الوسائل الاعلامية المختلفة، لتكوين الأفكار والاتجاهات، وتشكيل أنماط السلوك، باعتبار أن الانسان، هو الهدف النهائي في عملية الاعلام.

واذا كان علينا أن نتقدم بهذا البحث حول : «دور الاعلام الشبابي بالمملكة العربية السعودية» فانه يتعين علينا أولا : النظر في ماهية عملية الاعلام ذاتها، والبحث في عناصرها المختلفة المكونة لها وأهداف وسائل الاعلام المستخدمة ...

ثم ثانيا : في خصائص ومقومات الاعلام الشبابي، وما يميز الشباب باعتباره الجمهور المستهدف بصفة عامة من الاعلام الشبابي.

ثم أخيرا : يمكن تحديد الدور الذي يقوم به الاعلام الشبابي في المملكة، مع محاولة تقييم مدى التزام هذا الاعلام بالدور المنوط به، بحيث يمكن الحكم على هذا الدور مع استخلاص النتائج والتوصيات التي يمكن استخلاصها كما تقتضي الأصول العلمية، وكما يراد من هذا البحث.

وعلى هذا، فإن هذا البحث الذي نتقدم به، يتضمن ثلاثة عناصر رئيسية، يندرج تحت كل منها مجموعة من العناصر الفرعية، التي تشكل البنيان الكامل للبحث ...

وهذه العناصر الرئيسية التي اشتمل عليها البحث هي :-

أولاً : الفن الاعلامي .. أهدافه .. ووسائله.

ثانياً : الاعلام الشبابي.

ثالثاً : دور الاعلام الشبابي في المملكة العربية السعودية.

أما ختام البحث، فانه يتضمن خلاصة ما أمكن التوصل اليه، وما حققه البحث من هدف.

وأخيراً: يسعدني أن أقدم بخالص شكري وامتناني وتقديري لزميلي وصديقي الدكتور / يوسف مرزوق الذي كان له الفضل والجهد المشكور في مساعدتي في اخراج هذا البحث لحيز الوجود .. والذي أرجو أن يكون قد فتح المجال للعلماء والباحثين لخوض غمار أحد أهم المجالات الشبابية التي نحن في أمس الحاجة لها.

أولاً : الفن الاعلامي .. أهدافه .. ووسائله

**إخضاع عملية الاعلام للبحث العلمي :**

في مجال البحث عن دور الاعلام الشبابي، يتعين علينا أن ننظر الى العملية الاعلامية، بعناصرها المختلفة، باعتبارها عملية هادفة، وموجهة، ومقصودة للتأثير على معارف، وإدراك، وثقافة، وآراء، واتجاهات، وأنماط السلوك، طبقاً لأهداف واضحة، موضوعية، ومخططة.

وعلى هذا يكون من الأهمية، إخضاع هذه العملية للبحث العلمي، الذي أصبح اليوم يشغل مكانة هامة في تفسير كافة الأنشطة التي يمارسها الانسان في الدول العصرية.

إن أهمية البحث العلمي كأسلوب هادف وأداة فعالة للتخطيط، تبدو ضرورية بلا شك لممارسة عملية الاعلام على حياة الشباب والانسان عامة في العصر الحديث.

وإذا كان البحث العلمي والاعتماد على النتائج المستخلصة منه، عنوانا لرقى أي مجتمع ومقياسا لتطوره الحضاري، فإن الفهم الدقيق الكامل لخصائص وسمات الشباب المستهدف من عملية الاعلام، يشكل الركيزة الأولى لنجاح هذا الاعلام.

وهنا تجدر الإشارة الى عدم التكافؤ بين التقدم التكنولوجي لوسائل الاعلام، وبين فاعلية الأبحاث الخاصة بهذا المجال، والتي تأخرت عن متابعة التأثيرات التي أحدثها هذا التقدم .. ومن الملاحظ أيضا أن التعميمات النظرية التي توصلت اليها هذه الأبحاث، ارتبطت بشكل أساسي بوصف الأشياء دون التعمق في تحليلها أو ربطها بالنظريات التي توصلت اليها العلوم النفسية والاجتماعية.

وعلى هذا، فإن عدم الالمام بملامح وخصائص الجمهور المستهدف من عملية الاعلام، وخاصة من الناحية السيكولوجية والاجتماعية والثقافية، والدينية من العوامل التي كثيرا ما تؤدي الى اخفاق القائمين بالعمل الاعلامي، خاصة في مجال الشباب ... لأن تحقيق الأهداف المرجوة من عملية الاعلام، لا يمكن أن تتم بمعزل عن دراسة جملة المواقف والاتجاهات الاجتماعية والاقتصادية والنفسية للشباب المستهدف.

وإذا كانت أهمية البحث العلمي، تتضح كأسلوب لمواجهة المشكلات المستقبلية للحياة البشرية، وباعتباره - البحث العلمي - عنصرا لا غنى عنه لتخطيط مختلف أوجه النشاط الانساني، وباعتبار أن العملية الاعلامية نشاط يقوم به ويخضع له الانسان في المجتمع طبقا لأهداف وخطط موضوعة، فإن إخضاع هذه العملية للبحث العلمي لا يمكن أن تتم بمعزل عن بحوث علمية أخرى حول أوجه النشاط الانساني.

إن الانفصال الأكاديمي للعلوم الانسانية عن بعضها بعضا، وتخصيصها من حيث المجال طبقا لمقتضيات البحث الذي استوجب

هذا التقسيم، واختصاص كل منها بميدان معين لا يعني أن يظل كل علم منها سجين ميدان تخصصه، بحيث يقضي هذا الانفصال على ترابطها وتداخلها.

والمقصود بالبحث العلمي، هو عمليات التقصي والبحث الدقيقة التي تهدف الى كشف حقائق جديدة عن أبعاد الموضوعات المبحوثة .. واطهار مسبباتها، وتحديد البرامج النوعية والزمنية الكفيلة بمعالجتها .. كما يقصد بالبحث العلمي عمليات التقصي التي تهدف الى ايجاد تفسيرات علمية للظواهر المدروسة .. أو التوصل الى فروض وقواعد عامة بهذا الصدد أو التحقق من هذه الفروض واختبارها.

### ارتباط الاعلام بالعلوم الأخرى :

الاعلام يهتم بالانسان .. ويهدف الى التأثير على الانسان .. كما يتأثر بالانسان، والانسان تهتم به كل العلوم الانسانية .. ومن ثم يجب ألا تغفل اهتمامات هذه العلوم ونتائجها التي يمكن أن تثري الدراسات الاعلامية.

وعندما نتصدى لدراسة العملية الاعلامية، كنشاط انساني، فان هذه الدراسة لا بد وأن تدخل في نطاق بحوث علوم أخرى، كالاقتصاد، وعلم النفس، والاجتماع، والقانون والنظم السياسية .. ولا يمكن مهما كان الأمر اغفال ذلك ... والتخطيط الاعلامي عمل متكامل، لا يعتمد فقط على المعرفة بنظريات الاتصال، أو بتأثير وسائل الاعلام، إنما يعتمد بالضرورة، على الكثير من المعلومات السياسية، والثقافية، والاقتصادية، والاجتماعية، كما يعتمد على الدراية بالظروف التي تسود المجتمع الذي تتم فيه عملية الاعلام .. يجب عند التخطيط الاعلامي توافر الكم الكبير من المعلومات عن الانسان الفرد وعن الانسان في المجتمع ... العمل الاعلامي لا يبدأ من فراغ بعيدا عن الانسان والمجتمع .. كما أنه لا يتم بمعزل عن النشاطات الأخرى للانسان.

وعلى هذا فان عملية الاعلام .. لا يمكن دراستها علميا دون التعرض للجوانب التي تدخل في نطاق العلوم الانسانية الأخرى المبنية على تعاليم التشريع الاسلامي ... كما أنه من صالح الدراسة الاعلامية الأخذ بما يلائمها من أدوات البحث التي تثبت فاعليتها في العلوم الأخرى، بحيث يمكن الاستفادة بالمعلومات والوسائل الخاصة بكل فرع من فروع هذه الدراسات، وربطها ببعضها لاستنباط معرفة جديدة .. واستخلاص النتائج حول كيفية تقييم آثار الاعلام على الانسان عامة، والشباب خاصة.

### ★ عملية الاعلام جزء من عملية الاتصال :

عملية الاعلام جزء من عملية كلية شاملة، عملية انسانية، هي عملية الاتصال .. وتتصف أبعاد العملية الاعلامية في أبسط صورها .. بأنها رسالة أو فكرة يقدمها مرسل (رجل الاعلام) من خلال وسيلة اعلام الى مستقبل لهذه الفكرة أو الرسالة، ثم عائد اعلامي من هذا الارسال والاستقبال يحقق هدفا مشتركا لكل من المرسل (رجل الاعلام) والمستقبل (الجمهور) ... وهي عملية انسانية اجتماعية .. ولادراك وفهم هذه العملية الجزئية .. وعناصرها المختلفة .. يتعين ارجاعها الى الظاهرة الكلية .. فدراسة الظاهرة الكلية هي الوسيلة لمعرفة أبعاد العملية الجزئية ..

وعلى هذا .. فاننا في هذه الدراسة .. نرى أن بحث دور الاعلام الشبابي باعتباره عملية، يحتم التعرض لعملية الاتصال وعناصرها .. وأشكالها وخصائصها ..

### ★ مفهوم الاتصال :

يشير اصطلاح الاتصال في أوسع معانيه، الى جوانب عديدة للسلوك الاجتماعي للانسان، وحياة الانسان عبارة عن عملية اتصال

مستمر، تبدأ معه منذ مولده، وتستمر معه حتى وفاته. وهذه العملية هي الأساس للتفاعل بينه وبين ما يحيط به. وتتم من خلال قدرته على نقل نواياه ورغباته، وشعوره وآرائه، ومعلوماته وخبراته الى الآخرين.

وتتعدد تعريفات الاتصال، بتعدد الذين تناولوا هذه الظاهرة، الا أن غالبية التعريفات تشترك في أن الاتصال هو عملية نقل للمعلومات والاتجاهات، والأفكار، وإن كان التعريف الأقرب الى الدقة هو أن الاتصال عملية مشاركة Participation بين انسان وآخر .. وليست عملية نقل Transmission اذ أن النقل يعني الانتهاء عند المنبع .. أما المشاركة فتعني الازدواج في الوجود، وهذا هو الأقرب الى العملية الاتصالية ...

فالانسان من خلال عملية الاتصال يعمل على التأثير في الآخرين، كما يصبح هو ذاته محورا لتأثيرهم .. فهو يؤثر ويتأثر .. ويؤكد عالم الاعلام الشهير «ولير شرام» أننا عندما نتصل بغيرنا، فاننا نحاول أن نقيم مشاركة مع من نتصل به، وأن عملية الاتصال، هي مجموعة الوسائل التي تربط البشر بعضهم الى بعض بحيث يتحقق من خلال هذه العملية تفاعل، وعلاقات انسانية، وبهذه العملية يتم نوع من التجاوب الشخصي مع المتصل به، وهي عملية يتم من خلالها مشاركة انسان آخر في استيعاب معلومات أو نقل فكرة، أو اتجاه ...

وعلى هذا يمكن الاتفاق، على أن الاتصال، هو عملية مشاركة في الأفكار والمعلومات عن طريق عمليات ارسال وتبادل المعلومات، ثم استقبال لها بكفاءة معينة لخلق استجابة معينة في وسط اجتماعي معين.



## ★ الاتصال سلوك اجتماعي :-

يعتبر الاتصال وسيلة الانسان لتنظيم واستقرار حياته الاجتماعية، وعلاقاته الانسانية. فالاتصال يتم عندما يرغب انسان ما في التأثير على اتجاهات وآراء وأنماط سلوك الآخرين، وهو بما له من مقدرة على ارسال وتلقي الرسائل بينه وبينهم بطرق لا حصر لها، يسعى الى أن يشاركهم معلوماتهم، وتجاربهم وخبراتهم، ويصبح الهدف الذي يسعى اليه هو محاولة تغير العلاقات بينه وبين الظروف المحيطة به في المجتمع .. وبهذا المعنى يصبح الاتصال وسيلة لتنظيم العلاقات الاجتماعية واستقرارها ... ولا يمكن لجماعة أو منظمة أن تنشأ وتستمر دون اتصال يتم بين أعضائها .. ويكفي النظر الى المجتمع الحديث بشركاته وهيئاته ومنظماته ومؤسساته وحكوماته وجيوشه لكي ندرك أن الاتصال بمثابة الجهاز العصبي الذي يعمل على تماسك الأجزاء وتكاملها ...

وعلى هذا، يمكن القول أن الاتصال الذي ينتشر بيننا ويتخلل حياتنا والظروف المحيطة بنا هو أساس سلوكنا واتجاهاتنا وآرائنا.. ان تحليل عملية الاتصال، هو أحد الطرق للدراسة الاجتماعية، والانسانية، وأي علم يهتم بدراسة المجتمع البشري، أو دراسة السلوك الانساني، يجب أن يهتم بالضرورة، بدراسة وتحليل عمليات الاتصال، لأنها الوسيلة، التي تنتقل بها المعاني، والأفكار التي من المحتمل، أنها تؤثر وتشكل العمليات الاجتماعية والنفسية الأخرى ...

## ★ أشكال الاتصال :

يمكن التمييز بين أربعة أشكال لعملية الاتصال بالنظر اليها من حيث أطرافها المشتركين فيها، أي من ناحية المرسل والمستقبل .. وهذه الأشكال الأربعة على النحو الآتي :-

## ١ - الاتصال الذاتي :

وهو الاتصال الذي يتم داخل الانسان ذاته .. بطريقة مباشرة، فهو يتم بين الفرد ونفسه .. ويتمثل هذا الشكل في العمليات النفسية الداخلية للانسان، من شعور، ووعي، ووجدان، وفكر وتذكر ونسيان وتخيل وتصور وأحلام يقظة .. وأحلام نوم .. الخ .. فهو باختصار عالم الانسان الداخلي بكل ما فيه من شعور ولا شعور ..، حيث يتم هذا الاتصال في وعاء الانسان الداخلي دون التعبير الخارجي عن وجوده.

## ٢ - الاتصال الشخصي :

وهو الاتصال الذي يتم بين فرد وآخر (مرسل فرد) ومستقبل (فرد) وتتم في عملية الاتصال مباشرة، وهو أساسه المواجهة والاحتكاك وجها لوجه.

## ٣ - الاتصال الجمعي :

وهو الذي يتم بين فرد (مرسل) .. وجماعة صغيرة من الناس محدودة في مكان واحد، وهذه المجموعة تمثل (المستقبل) .. يعرف بعضهم بعضا، وتجمعهم منظمة واحدة .. وفي هذا الاتصال يتبادلون لرأي والمشورة، ويتناقشون، ويتلقون من المرسل مباشرة.

## ٤ - الاتصال الجماهيري :

وهذا الاتصال يتم بين عدد كبير من الناس، وجماهير غفيرة تباين من حيث السن والجنس، والطبقة، والمكانة الاجتماعية الاقتصادية والثقافية ومستويات الذكاء والقدرات المختلفة، فضلا عن تشارهم في أماكن شتى ... فجماهير الاتصال الجماهيري، جماهير بريضة غير متجانسة .. وقد تتكون من ملايين البشر .. الذين لهم

ميول واتجاهات وثقافات مختلفة ... وليس بينهم أية علاقات مباشرة ويتم هذا الاتصال بين مؤسسة اعلامية (صحافة - اذاعة - تليفزيون ... الخ) وهي المرسل .. وبين جماعات من الناس متفرقة لا تتصل بعضها ببعض هي (المستقبل).

واذا نظرنا الى هذه الأشكال الأربعة للاتصال من حيث العلاقة بين المرسل والمستقبل .. فيمكن التفرقة بين نوعين من الاتصال :-  
١ - الاتصال المباشر :

وهو الاتصال الذي يتم بعلاقة مباشرة، وجها لوجه بين المرسل والمستقبل .. وهذه هي الصورة التقليدية للاتصال في الحياة اليومية .. ويبدو هذا الاتصال في الاتصال الشخصي .. أو الاتصال الجمعي ..  
٢ - الاتصال غير المباشر :

ويتم هذا الاتصال، بتدخل عنصر وسيط بين المرسل والمستقبل، مثل استخدام وسيلة للاتصال خاصة في الاتصال الجماهيري .. الذي يستخدم فيه المرسل وسيلة اتصالية معينة ذات تنظيم معقد، وباهظ التكاليف، ليرسل من خلالها رسالته الى المستقبل الذي لا يعرفه معرفة شخصية، ولا يستطيع أن يتلقى منه ما يفيد تقبله أو رفضه لرسالته ..

ويتميز الاتصال المباشر، الذي يتم في الاتصال الشخصي، أو الجمعي بميزة تبادل رجع الصدى، أو التأثير المرتد Feed Back من جانب المستقبل الى المرسل .. بحيث يستطيع المرسل تعديل رسالته، أو تأكيدها لتحقيق الهدف المطلوب منها.

وتنعدم هذه الميزة في حالة الاتصال غير المباشر، الذي يتم في الاتصال الجماهيري، الذي تسير فيه رسالة المرسل في اتجاه واحد من خلال وسيلة اتصالية الى المستقبل الذي لا تربطه به علاقة مباشرة.

وعلى هذا، يمكن القول بوجود نظامين من نظم الاتصال في العالم، النظام القائم على الاتصال المباشر، والنظام القائم على وسائل الاتصال الجماهيرية غير المباشرة .. وغالبا ما يبدأ الاتصال مباشرا، وينتهي الى أن يصبح جماهيريا غير مباشر باستخدام الوسائل المستحدثة .. فالتغير يبدأ من النظام الأول الى النظام الثاني ...

## ★ مكونات عملية الاتصال :

لخص هارولد لازويل ... Harold D. Laswell عالم السياسة الأمريكي، العملية الاتصالية في عبارة مشهورة على النحو التالي :  
«Who says what in which channel to whom with what effect»  
«من يقول ماذا لمن وبأية وسيلة وبأي تأثير ..» ويعد نموذج «ولير شرام» من أشهر النماذج التي تصور مكونات عملية الاتصال وتحللها الى عناصر أساسية هي :-

### ١ - المصدر أو المرسل :

وهو الشخص الذي يقوم بعملية الاتصال، حيث تتعدد لديه النية في العمل على تغيير مظاهر الاستجابة المرتبطة والمعبرة عن موقف معين لتحقيق أهداف معينة.

### ٢ - الفكرة أو الرسالة :

وهي صياغة الفكرة في رموز معينة مكتوبة أو مسموعة، أو مصورة، سلوكية أو غير سلوكية، يستعملها المرسل، وهذه الرموز تقوم بعملية التأثير والايحاء أو الاضطراب في عملية الاتصال.

### ٣ - الوسيلة المستخدمة :

وهي اداة الاتصال، ويجب أن تتحقق فيها، صفة معينة، من حيث العلاقة بين المرسل والمستقبل.

### ٤ - المستقبل للرسالة :

وهو الذي يتلقى الرسالة، سواء كان فردا أو جماعة، أو جمهورا، وهو المستقبل للفكرة، بمعنى أنه المصب الذي تسعى اليه الرسالة الاعلامية.

### ٥ - الاستجابة أو رد الفعل :

وهو مدى تأثير الرسالة على المستقبل واستجابته لما تحتويه الفكرة أو الأفكار، ثم رد فعله ازاء هذه الرسالة، وتقبله أو رفضه لها.

وعلى هذا، يمكن القول أن عملية الاتصال هي في الواقع عملية اجتماعية، انسانية، تعبر عن التقاء وتفاعل ومشاركة بين طرفين (فرد أو جماعة) وأن هذه العملية بالتحليل لها تكشف عن خمسة عناصر رئيسية هي :-

- ١ - المصدر المباشر أو المرسل.
- ٢ - صياغة الفكرة في رموز معينة.
- ٣ - ارسال الفكرة بوسيلة ما.
- ٤ - فك الرموز واستقبالها وفهمها والاستجابة لها.
- ٥ - رد الفعل أو رجع الصدى.

وتننظم عناصر العملية الاتصالية في حلقات متصلة في سلسلة واحدة، بحيث تصبح هذه العناصر الخمس حلقات السلسلة، فاذا ما اعترت هذه السلسلة أو هذه الحلقات المتصلة نقطة ضعف معينة فشلت عملية الاتصال، وانهارت من أساسها.

## \* أهداف عملية الاتصال :

لما كانت عملية الاتصال، في الواقع تعبيراً عن الالتقاء، والتفاعل والمشاركة بين طرفين في المعلومات والأفكار والآراء، فإن النظر إليها على هذا الأساس يكشف لنا عن ثلاثة تفاعلات متبادلة :-

- تفاعل في إرسال واستقبال الرسائل.

- صياغة وفهم للأفكار المتبادلة.

- التفاعل والمشاركة والاستمتاع بالأفكار المتبادلة.

ويمكن تحديد الأهداف الرئيسية من عملية الاتصال من

ناحيتين:-

الاولى : ناحية المصدر او المرسل الذي يصوغ الفكرة وينقلها الى المستقبل ونجد أن هدفه قد يكون:-

أ - الاعلام. ب - التعليم. ج - الترفيه. د - الاقناع.

أما اذا نظرنا الى الأهداف من ناحية المتلقى أو المستقبل فنجد أن هدفه قد يكون:-

أ - فهم ما يحيط به من ظواهر وأحداث.

ب - تعلم مهارات ومعارف جديدة.

ج - الاستمتاع والاسترخاء والهروب من مشاكل الحياة.

د - الحصول على معلومات جديدة تساعد على اتخاذ قرارات والتصرف بشكل اجتماعي مقبول.

والهدف النهائي، من عملية الاتصال، هو عادة تغير سلوك المتلقى والتأثير فيه، ولهذا فإن المتلقى في عملية الاتصال هو أهم حلقة من حلقات هذه العملية. فالمصدر يهدف من عملية الاتصال أن يحدث تغيير على المتلقى، أي يريد أن يجعله يستجيب له وإذا لم تصل الرسالة من المرسل الى المتلقى، يصبح وكأنه يتحدث الى نفسه. فالقارئ هو الشخص المهم عندما نكتب، والمستمع هو الشخص المهم عندما نتكلم.

وهذا الاهتمام بالمتلقى هو المبدأ الذي يجب على المصدر أن يضعه في اعتباره، عندما يتخذ قراره للقيام بعملية الاتصال، وعندما يصوغ رسالته.

### ★ مقومات نجاح عملية الاتصال :

ان الهدف من عملية الاتصال، هو أن تكون هناك فكرة معينة، نريد توصيلها الى المرسل اليه وهذا المرسل اليه أما فردا واحدا، أو جماعة من الجماعات، أو شعبا من الشعوب، أو عدة شعوب فاذا نتج عن توصيل هذه الفكرة أن تأثر بها المرسل اليه، وتغير سلوكه، فاننا نكون قد نجحنا في تحقيق الهدف...، واذا لم يتأثر بها أو لم يتقبل فكرتنا، فاننا نكون قد فشلنا في تحقيق الهدف...

فالالاتصال، عملية لها هدف، ولا بد للنجاح فيها من معرفة الهدف والتخطيط لتوصيله وادراك مدى الأثر المطلوب تحقيقه منها، والتأكد من الاستجابة التي تتم من هذه العملية...

وهنا ينبغي أن نؤكد على أن عملية الاتصال، عملية ديناميكية، تشترك فيها عدة قوى، وأن نواحي التماثل في هذه العملية سواء كانت جماهيرية أو شخصية أكبر من نواحي الاختلاف. وعلى المرسل صاحب (الرسالة) في كلتا الحالتين أن يعمل للتمهيد لها بتنشيط الجوانب النفسية، لدى المتلقى، فهو يعمل على جذب انتباهه، واستخدام الرموز والاشارات التي تشير الى تجارب مشتركة بينهما، لكي تنفذ المعاني التي يقدمها في رسالته الى ذهن المتلقى.. كما أن المرسل لا بد له من التوسل في تقديم فكرته باثارة احتياجات المتلقى واقتراح الوسائل والطرق لاشباع هذه الحاجات. فالمتلقى لا يستجيب لرسالة المرسل الا في نطاق احتياجاته.. واهتماماته...

ان استجابة المتلقى لفكرة المرسل، وتجاوبه معها ترتبط بعدة عوامل أهمها:-

١ - الاستعدادات الشخصية وما يتصل بها من ادراك وتذكر وتخيل.

٢ - دور الجماعات التي ينتمي اليها ومعاييرها ومبادئها وقيمها.

ومن هنا فان تحقيق الهدف من الاتصال، يرتبط بدراسة الأفكار والعادات وانماط السلوك، وتوافر الكم الهائل من المعلومات عن الانسان الفرد في المجتمع...

ان نجاح عملية الاتصال أساسه التأكيد على ازدواجية هذه العملية في اتجاهين، فلا بد أن يكون الاتصال ذا رد فعل وفعل، صوت وصدى، اذ عن طريق رد الفعل يمكن بيان مدى ما حققته عملية الاتصال من آثار، وتقييم أثرها على الانسان...

### ★ فن الاعلام ووسائله :

قد يعتقد البعض، ان الاعلام مجرد حرفة، أو عمل يقوم به هؤلاء الذين يطلق عليهم رجال الاعلام.. والواقع ان الاعلام فن، لا يكفي لممارسته الحصول على مؤهل دراسي، وان كان المؤهل الدراسي كثيرا ما يوضع موضع الاعتبار، ولكن بجانب الدراسة والعمل، هناك الموهبة الفنية.. موهبة التعامل مع الجماهير والتأثير فيهم..

الاعلامي صاحب رسالة.. وصاحب الرسالة لا يمكن ان يؤديها الا اذا كان مؤمنا بها، ملما بجوانبها، حافظا لمقوماتها الفنية... والمقومات الفنية للاعلام تتمثل اولا واخيرا في فهم ادواق وثقافة الجماهير المستهدفة التي نتعامل معها..

رجل الاعلام فنان يقدم رسالة فنية الى الناس من خلال وسيلة من وسائل الاعلام المعروفة... وعليه أن يدرك ماهية الوسيلة التي يستخدمها، وخصائصها وامكاناتها.. حتى يتسنى أن يقدم رسالته كفاءة وحرفة...



والاعلام بكل انواعه، وتعدد أشكاله، واختلاف مضمونه، هو فن.. فن تطبيقي، وليس فنا تجريديا، والفن التطبيقي فن جميل له هدف، وليس فنا يقصد لذاته.. والاعلام فن هادف.. يهدف الى تحقيق غايات معينة وتأدية وظائف محددة...

والفن الاعلامي، مثله مثل أي فن آخر.. شكل ومضمون.. وجميع ما يقدم من خلال وسائل الاعلام يدور في اشكال محددة داخل اطار معين تحدده طبيعة الوسيلة الاعلامية المستخدمة.

ورجل الاعلام عندما يقدم رسالته الاعلامية لا يخترع ولا يأتي بالمعجزات.. كل ما هناك أنه يفهم جيدا طبيعة وخصائص الوسيلة التي يستخدمها، ويخطط ويصوغ أفكاره بما يتلاءم مع هذه الوسيلة.

وتتعدد هذه الوسائل وتتنوع.. وكل وسيلة اعلامية لها خصائصها ومميزاتها التي تنفرد بها عن غيرها...

وبالنظر الى وسائل الاعلام المختلفة.. يمكن تصنيفها على النحو التالي:-

١ - الوسائل المقروءة وتشمل :-  
الصحافة بأنواعها والمطبوعات من كتب الى نشرات الى ملصقات...

٢ - الوسائل السمعية وتتمثل في :-  
الاذاعة والخطابة والندوة والشائعات والمناقشات... الخ..

٣ - الوسائل البصرية وتتمثل في :-  
الفنون التشكيلية - اللوحات - النحت - الفنون الشعبية.. الخ..

٤ - الوسائل السمعية البصرية وتتمثل في :-  
التلفزيون - السينما - المسرح...

وقد تعددت الدراسات حول خصائص كل وسيلة من هذه

الوسائل، وتاريخها.. ومدى قدرة كل منها في التأثير على الناس،  
والاشكال المستخدمة فيها. والمضمون الملائم لها....

ويقول «ولير شرام» «ان التحدث عن الاعلام من زاوية  
الوسائل وحدها أو من زاوية عملية الاعلام معزولة عن الاطار  
الاجتماعي والثقافي، لا يمكن ان يؤدي الا الى طريق مسدود»  
ويشاركه في هذا الرأي كثيرون من الباحثين في فن الاعلام...

فوسائل الاعلام باختلاف انواعها، تحتاج الى جمهور.. حتى  
يكون لأي مادة تقدمها فائدة، وفاعلية.. والوسائل تتأثر بجماهيرها كما  
تؤثر فيهم.. تتأثر بهم عن طريق سعيها الى تقديم ما يرضيهم وما  
يقنعهم.. وتؤثر فيهم عن طريق تحقيق أهدافها من خلال ما تقدمه لهم  
من مواد اعلامية..

وقد يستخدم رجل الاعلام، لتحقيق رسالته وسيلة واحدة، أو  
أكثر من وسيلة فاذا نتج عن توصيل الرسالة تقبل الجمهور لها وتأثر  
بها، فان رجل الاعلام يكون قد نجح في تحقيق هدفه.. أما اذا اعرض  
عنها الجمهور المستهدف ولم يتأثر بها فان رجل الاعلام يكون قد  
فشل في تحقيق هدفه...

ان رجل الاعلام، الناجح هو الذي يدرك هدفه ويضعه نصب  
اعينه دائما.. فهو يسأل نفسه دائما ما الهدف الذي اريد تحقيقه من  
رسالتي؟! وما التأثير الذي اسعى لاحدائه؟! ثم ما هي الاستجابة التي  
اريد الحصول عليها؟! ثم ما هي الاستجابة التي اريد الحصول عليها؟!  
ان الفشل في الاعلام، يرجع دائما الى فقدان الاحساس بالهدف،  
او عدم الكفاءة أو سوء الفهم والتقدير وعدم الادراك... وانعدام  
الموهبة الاعلامية... وعلى هذا يمكن تحديد مراحل الاعلام على  
النحو التالي:-

- ١ - وجود رجل اعلام .
- ٢ - فكرة ما (الرسالة).

٣ - اتباع اساليب فنية وعلمية لوضع هذه الفكرة او الرسالة في شكل انتاج اعلامي.

٤ - استخدام وسيلة اعلام تتلاءم مع الرسالة (صحافة - اذاعة - تليفزيون - سينما.. الخ).

٥ - المرسل اليه المستهدف وهو اما فرد او جماعة او شعب او عدة شعوب.

٦ - التأثير الذي سيحدث في المرسل اليه من الرسالة.

٧ - العوامل التي تؤثر بالسلب او الايجاب في تقبل الفكرة او العزوف عنها..

٨ - الاستجابة التي تحدث من الرسالة.

٩ - السلوك أو رد الفعل.

وعلى هذا، فان التصدي للعمل الاعلامي، يستلزم بالضرورة الدراسة المدمغة للتعرف على طبيعة كل مرحلة من هذه المراحل..

ان الدراسة والعلم المدعمة بالموهبة، والقدرة على التأثير وجذب الانتباه أولى خطوات العمل الاعلامي...

ونجاح العمل الاعلامي أو فشله في تحقيق أهدافه وغاياته، مرهون الى حد كبير، على مدى وعي وادراك القائمين على هذا العمل، مع الاخلاص الكامل، والصدق والامانة في تحمل المسؤولية لقيادة الرأي العام، وتوجيهه الوجهة المستنيرة...

ان وسائل الاعلام، على تعددها من صحافة واذاعة وتليفزيون ومسرح وسينما وكتب، تملك من القدرات والاساليب الفنية، ما يتيح لها أن تضطلع بدورها لتنشيط العقول وتلاقح الأفكار، وهز ما رسخ من عادات وتقاليد وأنماط فاسدة، غير ملائمة للمجتمع، وتهيب النفوس لتلقى الجديد من العادات والقيم وانماط السلوك التي تخدم تنمية المجتمع في شتى المجالات، ومختلف القطاعات.

ونعود الى السؤال...

ماذا يمكن للاعلام أن يقوم به في مجال الشباب.. في ظل تعاليم الدين الاسلامي الحنيف؟.

ثانيا : الاعلام الشبابي

مفهوم الاعلام الشبابي .. وأهدافه ..

لكل بناء خطة تنفيذية يسير على هديها، بغض النظر عن الشكل العام.. فمهندس المباني يضع تصميم العمارة قبل أن يشرع في اتخاذ خطوة نحو ارساء الاساس.. وهو في هذا التصميم لا يكون حرا، طليقا يفعل ما يشاء.. وانما يتقيد في عمله بمواصفات معينة... اذ ينبغي ان يتمشى مع الغاية العامة التي يقام من اجلها البناء.. ويلزم الحدود التي تفرضها الامكانيات المتاحة ومساحة الارض المخصصة للبناء.. وفي هذا تظهر براعة المهندس وقدراته على الابتكار.. ولما كانت مواد البناء واحدة، لا تكاد تختلف فان الفرق بين عمارة وأخرى، ينحصر في طريقة الاستفادة من تلك المواد وهذا ما يسمى بالحرفية..

والحرفية في الاعلام الشبابي، هي القدرة على الاستفادة بالمادة الخام، وهي الكلمة المكتوبة، أو الكلمة المسموعة، أو الكلمة المصورة.. ووضع التصميم الملائم لها للاستفادة في تحقيق الاهداف التي ينشدها الاعلام الشبابي، وتقديمها في شكل اعلامي، سهل الادراك يحقق الغاية التي يتم من أجلها.

والسؤال الان ما هو مفهوم الاعلام الشبابي، ومقوماته؟؟!!  
الاعلام الشبابي.. فن مثل غيره من الفنون الاخرى، والفن شكل ومضمون، وجميع ما يقدم من اعلام في هذا المجال يدور في أشكال محددة، داخل اطار معين تحدده طبيعة وسائل الاعلام المستخدمة... والاعلامي الذي يعمل في مجال الاعلام الشبابي لا يقدم المعجزات، عندما يقدم رسالته الاعلامية، وكل ما عليه هو ان يفهم جيدا خصائص وصفات جمهوره من الشباب المسلم، علاوة على وضوح الرؤية والهدف في الفكرة التي يقدمها... وعليه ان يدرك أن عملية الاعلام الشبابي تتأثر بمجموعتين من العوامل:-

الاولى، مجموعة العوامل الفردية النفسية التي تتعلق بشخصية الشاب واتجاهاته وميوله..

والثانية، فهي مجموعة العوامل الاجتماعية، كالقيم والعادات والتقاليد والمعايير الاجتماعية المبنية على تعاليم التشريع الاسلامي. ولما كانت الاهداف التي ينشدها الاعلام الشبابي، هي محاولة التخاطب مع الشباب أولا وأخيرا، فان هذا الشباب المتعدد التكوين والمتعدد الميول والنزعات محتاج الى لقاء نظرة اليه.. ومعنى ذلك، فان مقومات هذا الاعلام الاساسية، هي الاستفادة من الدراسة النفسية للشباب الذي نتعامل معه.. فالهدف الرئيسي من عملية الاعلام الشبابي، هو التأثير في الشباب لحمله على الاقتناع برأي معين، أو القيام بمعرفة كاملة بهذا الشباب...

والشباب شأنه شأن اي انسان، لا يتلقى الاشياء ويعرفها مصادفة، أو بطريقة عشوائية.. وانما هناك استعدادات شخصية. فالانسان لا يدرك الاشياء الا وفقا لاستعداداته واهتماماته واحتياجاته، وهذا ما يعرف في مجال الدراسات الاعلامية بالتعرض الانتقائي، كما أن الإدراك يتم على اساس معتقدات الانسان وافكاره واطاره الدلالي.. كما أن احتياجات الانسان هي التي توجهه الى المدركات والمعلومات. ان الرسالة الاعلامية في مجال الاعلام الشبابي، ليست مجرد اعطاء معلومات للشباب أو املاء أوامر ونواهي اليه... الشباب ليس مجرد وعاء تصب فيه المعلومات والمفاهيم فيقبلها على علاتها.. الشباب ليس صفحة بيضاء وتتلقى ما يسطر عليها.. الشباب نتاج تفاعل مستمر مع بيئة مادية واجتماعية يعيش فيها.. وموقف الشباب من بيئته المادية أو الاجتماعية ليس موقفا سلبيا ينفعل بها ويتأثر بها طيعا دون أن يحاول التأثير فيها...

لقد كان الدارسون، من رجال الاعلام، والاجتماع، وغيرهم ينظرون الى الاعلام، نظرة مسطحة ومبسطة، وظلوا يرون ان

الرسالة الاعلامية وتأثير وسائل الاعلام تشبه تأثير الحقنة التي يحقن بها المريض تحت الجلد، فتحدث تأثيرها مباشرة... وكان ينظر الى الانسان المتعرض للاعلام، وكأنه شخص لا حول له ولا قوة.. ينفذ ما يتلقى من اوامر، وتعليمات كأنه دمية أو ريشة في مهب الريح... وظل هذا الاعتقاد بأن وسائل الاعلام، تسيطر على سلوك الناس!!!

ولكن الدراسات الميدانية، في مجال علم النفس، والاعلام، أظهرت أن الاعلام يخضع لمؤثرات عديدة، وعوامل كثيرة، لا بد من وضعها موضع الاعتبار، ان وسائل الاعلام، تقوم بالاعلام من خلال عوامل وسيطة، وتتحكم في هذه العملية مجموعة متشابكة من العوامل النفسية والاجتماعية والحضارية...

وعلى هذا الاساس المصلحي، فان العصب في عملية الاعلام الشبابي، هو الفكرة.. وهذه الفكرة يجب ان تكون مبنية على قواعد اسلامية، قد تكون توجيهية، او ارشادية، او ثقافية، او ترفيهية، او تعليمية، والفكرة في الاعلام الشبابي، لكي تحقق الغرض منها وتؤثر، يجب أن تتوفر فيها شروط منها:-

١ - ان تكون واضحة مفهومة للشباب المستهدف.. وغير غامضة او غريبة عنه وعن بيئته وتقاليده، وميوله..

٢ - ان يكون رد الفعل السلوكي الذي تهدف اليه ممكن التنفيذ.

٣ - أن تتضمن مضمونا يشعر الشباب انه يحقق طموحاته، ومصلحته وانه في حاجة اليها...

٤ - ان يسبق اختيار الفكرة دراسة للافكار والآراء المعارضة لها بهدف التأثير على الشباب رغم ما قد يتعرض له من افكار مضادة، تتضمن اغراءات له..

٥ - وأخيرا.. يجب الا تصاغ الفكرة في كلمات تتضمن ما يوحي بالأمر او الاستكبار.. ومن هذا المنطلق، يمكن ان نحدد الاهداف التي يمكن أن يحققها الاعلام الشبابي.. ومن هذه الاهداف:-

أولا : المساعدة في ارساء المفاهيم والقيم الاخلاقية في ظل المبادئ الاسلامية الانسانية السامية..

ثانيا : المشاركة في اشباع مطالب النمو النفسي للشباب.. وذلك من خلال معاونته على تفهم ذاته وتقبلها وتحقيق ثقته في نفسه.. حتى يتحقق له التوازن والاستقرار النفسي...

ثالثا : المشاركة في اشباع مطالب النمو الاجتماعي لدى الشباب، وذلك بمعاونته على تكوين اتجاهات سليمة نحو الآخرين، وتطوير سلوكه الى ما هو اكثر نضجا حتى يتحقق له التوافق مع المجتمع من حوله.

رابعا : توضيح الطريق السليم، أمام الشاب للقيام بدوره، في حمل المسؤولية في الاسرة وغيرها من خلايا المجتمع من حوله...

خامسا : دعوة الشباب الى الاستمتاع بمباهج الحياة بشكل صحي، وطبيعي سليم دون تزمّت او اسراف او مخالفة للقواعد الشرعية.

سادسا : غرس وتشجيع الميول الفنية، والادبية، والعلمية، والاهتمام بنشر الهوايات بين الشباب.



## ★ جمهور الاعلام الشبابي :

جمهور الاعلام الشبابي، هم الشباب، فهذا الاعلام يستهدف الشباب.. وأول مراحل العمل في مجال الاعلام الشبابي، هو تحديد صفات وخصائص هذا الجمهور...

الشباب مرحلة عمرية محددة من بين مراحل العمر وهي حالة نفسية مصاحبة تمر بالانسان، وتتميز بالحيوية وترتبط

بالقدرة على التعلم ومرونة العلاقات الانسانية، وتحمل المسؤولية...

وتعتبر مرحلة الشباب، من أهم مراحل الحياة اذ فيها يكتسب الشباب مهاراته وخبراته واحدة بعد الاخرى.. وهي مجموعة من المهارات الاجتماعية والبدنية والعقلية.. والنفسية اللازمة له لتدبير شؤنه وتنظيم علاقاته بالآخرين...

ولا شك أن صقل هذه المهارات يحتاج الى اسلوب أمثل للتدريب، يمكن الشباب من بلورة شخصيته وتنميتها خلال عملية التفاعل الاجتماعي المتعاقبة التي يمر بها.. وشخصية الشباب لكي تبلور وتكتسب، فإن هذا يتطلب تفهم مكونات هذه الشخصية وما تمر به من نمو وازدواج مع دراسة طبيعة التنشئة الاجتماعية...

ومن هنا تتضح أهمية ادراك المنطلق الحضاري للتعامل الامين مع قضايا الشباب المعقدة والمتشابكة، باعداد سلسلة من التناولات الصادقة تستهدف في المقام الاول والاخير اداء دور ثقافي وتربوي واعلامي نشط يحقق الطموحات المرجوة لاستثمار الطاقة الشبابية بشكل يحقق تنمية هذا القطاع الانساني... ولا فائدة من بذل جهود اعلامية لجذب الشباب الى قضايا لا تتصل بحاجاتهم ولا ترتبط بمصالحهم وطموحاتهم.. ومن السذاجة أن نتوقع من خلال الاعلام الشبابي تصديقا مطلقا وانصياعا مستمرا لما نقدمه للشباب...

ان الشباب، يتقبل المثيرات الاعلامية بطريقته الخاصة، المبنية على خبرته وتصورات، واتجاهاته، وثقافته فاذا أردنا أن نحقق اي نجاح في العمل الاعلامي للشباب، وجب علينا ان ننظر الى الاعلام الشبابي في ضوء المتغيرات النفسية والاجتماعية، وقد يتطلب الامر ضرورة تعديل الاتجاهات النفسية، كأساس لا مفر منه لتقبل الرسالة الاعلامية...

ولتلمس اركان، قضايا الشباب، لا بد من دراسة البيئة



والظروف التي تمثل خصائص البيئة وطبيعة السمات العديدة، المتغيرة التي يتعايش معها الشباب ويشاركها النظم والمقومات، وتقييم المناهج والسلوك... وكذلك الارتباط القيمي، والخلقي، والادبي، بكافة المعايير والمقاييس التي تحكم وتنظم النواحي الأساسية لجوانب الحياة الانسانية، كالنظام الاسري والسياسي والعلمي والاجتماعي والاقتصادي...

وقد أكدت الدراسات الاعلامية، انه لكي تزيد وسائل الاعلام من فاعلية ما تقدمه، ليس من الضروري أن تقدم معلومات اكثر، ولكن عليها قبل ان تقدم المعلومات ان تعمل على التغلب على الحواجز الاجتماعية والسيكولوجية التي تحول بينها وبين الانسان المستهدف...

والشباب يتميز بخصائص نفسية معينة، فهو شديد الاهتمام، بالمثل العليا، يؤمن بها... ويسعى اليها ومستعد دائما للكفاح في سبيلها.. والذود عنها.. الشباب يقدر البطولة والابطال.. ويستهو به التاريخ الذي يتحدث عنها.. وتجذبه القيم الروحية والدينية، ويتطلع الى المجهول مستهدفا تجاوز الواقع.

ان الانسان عامة والشباب خاصة، له القدرة على الاختيار والانتقاء، وهذا الانتقاء يعتمد على مجموعة من القيم والمبادئ التي يؤمن بها، وهي وليدة المجتمع الذي يرتبط به.. وهذا ما يعرف بالاتجاه النفسي للانسان.. والاتجاه هو الحالة الوجدانية، القائمة وراء الشخص او اعتقاده فيما يتعلق بموضوع معين من حيث رفضه لهذا الموضوع أو قبوله، ودرجة هذا الرفض أو القبول.. وكل انسان لديه نوعان من الاتجاهات...

- اتجاهات عامة او اجتماعية.. وهي مجموعة اتجاهاته نحو الاحداث والموضوعات العامة في الحياة الاجتماعية...

- اتجاهات خاصة او شخصية، وهذه هي مجموعة اتجاهاته نحو

احداث حياته الخاصة، وظروفها من حيث هي خاصة به...

وبصفة عامة، فان الاتجاه هو الحالة او الاستعداد، أو التأهب النفسي الذي تنتظم من خلاله خبرة الشخص.. ويكون الاتجاه له تأثير على استجابة الفرد لجميع الموضوعات والمواقف التي تستثيرها الاستجابة، وكل جماعة انسانية لها اتجاهاتها التي يعتقد أفرادها في سلامتها.. وكل فرد فيها يعتنق افكارها، ويقبل اتجاهاتها، وهذا ما يؤثر على سلوكه ويعطي تصرفاته معنى.. بحيث يحظى بالقبول ضمن أفراد الجماعة. ان السلوك الانساني يكتسب معناه فقط من الموقف الاجتماعي.. والانسان باعتباره كائنا اجتماعيا فانه يستمد الشعور بالرضا من الانتماء الى جماعته..

وبهذا المعنى.. فان الشباب يتميز بالرغبة الاكيدة للمعرفة، والبحث عن الحقيقة بمختلف الوسائل. وهو يبحث عن الحقيقة في الكتب وفي الصحف.. وفي البرامج الاعلامية مسموعة ومرئية.. كما يبحث عنها في الخبرة المباشرة... والشباب اقل فئات المجتمع وقوعا تحت ضغوط المسؤولية الاجتماعية.. فقليل منهم من يعول اسرة.. او حتى يتولى اعالة نفسه.. وبعده عن هذه المسؤوليات يجعله اكثر نقدا للقضايا المتعلقة، واشد رغبة في الحديث عنها...

والشباب له خصائصه السيكولوجية والعقلية والبدنية، التي ينفرد بها، وتجعله مختلفا عن غيره، سواء من ناحية الذوق او الفهم او الانفعال... وكل رسالة اعلامية غريبة عن ميوله واهتماماته او غير متصلة ببيئته او غير متمشية مع عاداته وميوله، وسيكلوجيته لن تجد منه اي اهتمام...

والشباب يريد ان يتحدث وسائل الاعلام معه، لا أن يتحدث اليه... ومهمة القائمين عن الاعلام مراعاة هذه الحقيقة، لأن الشباب مستعد للاستماع الى الوسيلة المعنية بمشكلاته..

والاعلام الشبابي الناجح هو الذي يعتمد على اتجاهات الشباب

وميولهم... فالاعلامي الذي يعمل في مجال الشباب، لا يقتصر عمله على مجرد تقديم الكلمة، او الفكرة، بل يعتمد وهو يقدمها الى التوصل بالموثرات الحسية، والعقلية والنفسية، التي يراعى ان تكون متمشية مع المثل والقيم والعادات والافكار والميول السائدة بين الشباب...

والشباب يقع تحت تأثيرات كبيرة وتغيرات جديدة تؤثر فيه بدرجات متفاوتة.. فهناك المتغيرات على المستويات الوطنية والاقتصادية.. والعلمية.. والثقافية والتكنولوجية وهذه كلها تمتلك فكره ووجدانه وسلوكه..

وعلى هذا فان الصفات التي يتميز بها الشباب هي التي يقوم على اساسها تأسيس الاعلام الشبابي صحفيا، واذاعيا، وتليفزيونيا... وهذا الاعلام اساسه الفهم الواعي لكل قضايا الشباب، والتي يمكن معالجتها اعلاميا...

### ★ وظيفة الاعلام الشبابي :

يحدد علماء الاعلام، وظائف الاعلام في ست وظائف رئيسية هي :-

- ١ - الاعلام
- ٢ - الشرح والتفسير
- ٣ - التنشئة الاجتماعية
- ٤ - التوجيه والارشاد
- ٥ - الترفيه
- ٦ - التسويق «الاعلان»

ولكي نتحدث عن وظيفة الاعلام الشبابي، يتعين علينا النظر في هذه الوظائف الست التي يقوم بها الاعلام، حتى يتسنى لنا تحديد الوظائف الملائمة للاعلام الشبابي، او تلك التي يضطلع بها...

- ١ - وظيفة الاعلام :

ويقصد بها تزويد الجماهير، بالاخبار الداخلية والخارجية، التي  
تتم هذه الجماهير، وتتم بلادهم بصفة عامة.. ويتعين على أجهزة  
الاعلام، تقديمها بالقدر الكافي، حتى يستطيع الناس ان يكون لهم رأي  
عام وسليم في شئونهم الداخلية والخارجية، ومن ثم ينبغي عرض،  
وتقديم الاخبار بالطرق السليمة والأشكال الميسرة حتى يسهل  
متابعتها..

ووظيفة الاعلام، من الوظائف الاساسية، التي لا يمكن لأجهزة  
الاعلام، أن تتجاهل القيام بها، فأظهر صفات الانسان الاجتماعية..  
هي حب الاستطلاع، لمعرفة الانباء، والاطمئنان الى البيئة التي يعيش  
فيها.. ومن الحقائق المؤكدة، أن رغبات الانسان الأولية.. وحاجاته  
الى الطعام والمأوى، ترتبط برغبات أخرى، اجتماعية.. كالتعرف الى  
الأشخاص الآخرين.. واختبار البيئة.. وجمع المعلومات المفيدة عن  
الطبيعة، والانسان والحيوان.. وهذه هي أهم سمات الانسانية التي  
تساعد الانسان على التكيف مع البيئة والانسجام مع غيره من الناس،  
الذين يعيشون معه، لأن هذا التكيف، هو الدليل على الصحة النفسية..  
والسلامة الاجتماعية....

## ٢ - وظيفة الشرح والتفسير :

وهي من المهام الرئيسية، لأجهزة الاعلام.. فالاعلام.. اذا كان  
مستولا عن تقديم المعلومات، والاخبار الى الجماهير، بصورة،  
مبسطة، وميسرة، وخالية من التفاصيل العلمية المعقدة.. ولما كان  
الأمل في تكوين الرأي العام، مرتبطا ارتباطا وثيقا بما تقدم أجهزة  
الاعلام، من معلومات، واخبار، فقد اصبح من الضروري تفسير  
وشرح هذه المعلومات. وبيان طبيعة الحقائق حول الأخبار...

## ٣ - وظيفة التنشئة الاجتماعية:

يعرف العالم الالماني «اوتوجروث Otlo Groth» الاعلام، بأنه  
التعبير الموضوعي عن عقلية الجماهير، وروحها، وميولها،

واتجاهاتها... بمعنى أن أجهزة الاعلام تنبض دائما بما في الامة، من قيم ومبادئ وعادات وتقاليد... فأجهزة الاعلام تقوم ببث ونشر الافكار، والمعلومات، والقيم، التي تحافظ على ثقافة المجتمع... وتساعد على تطبيع أفراد المجتمع، وتنشئتهم على المبادئ القوية، التي تسود في الحضارة...

فوظيفة التنشئة الاجتماعية، تتصل بخلق الجو الحضاري، الملائم، للتقدم والنهضة عن طريق التوعية الشاملة، بأهداف المجتمع، وخطته... وأجهزة الاعلام هي التي تقوم بتثبيت القيم والمبادئ والاتجاهات والعمل على صيانتها، والمحافظة عليها.. وهي من ناحية اخرى ترحب بالتعديلات والتغيرات، التي يمكن للجماعة أن تطبقها.. وتقبلها..

ان وظيفة التثقيف، والتنشئة الاجتماعية، تنطوي على التوعية، والايقاز والتنبيه، وبث روح المسؤولية والايمان بالقيم، والمبادئ، والشعور بالولاء العميق للوطن... ان مهمة التنشئة الاجتماعية، التي تقوم بها أجهزة الاعلام لها آثارها الحميدة لتكامل المجتمع... ووضوح أهدافه... واندماج فئاته، وتنشئة شبابه، وخلق الوحدة الفكرية والوجدانية بين أبنائه...

#### ٤ - وظيفة التوجيه والارشاد :

ترتبط بوظيفة التنشئة الاجتماعية، وظيفة التوجيه، فأجهزة الاعلام، بمثابة المعلم او الرائد الذي يأخذ بيد الجماهير، ويساعد على حسم الامور.. فأجهزة الاعلام تقود الجماهير لتقضي على التردد وتحذر من الارتباك، وتحمل المشعل في مقدمة الجمهور لكي تنير له الطريق.. وهي دائما تقف في جانب الحق والعدل والخير والفضيلة.. فأجهزة الاعلام.. هي التي ترشد المواطن الى واجباته ولأجل تكوين الرأي العام وتتوطد دعائمه، يجب ان يوجد ذلك الصوت العظيم، صوت الامة المتمثل في أجهزة الاعلام.

ويخطيء من يظن أن مهمة التوجيه، والارشاد، مقصورة على المجال السياسي، وحده.. لان اجهزة الاعلام.. تقدم للجمهور توجيهات ادبية بالنسبة لقراءة الكتب، المقالات الجديدة، وكذلك توجيهات فنية بالنسبة للمسرح، والغناء، والموسيقى، والسينما وسائر الفنون...

#### ٥ - وظيفة الترفيه والترويح :

من مهام، أجهزة الاعلام، في العصر الحديث الامتاع والتسلية، ويرى بعض العلماء أن هذه المهمة لأجهزة الاعلام.. من المهام الاساسية، التي تحقق للجمهور الاسترخاء، والاستمتاع بمباهج الحياة فهي تقدم الجديد في الفن من موسيقى وبرامج.. وتمثيل.. وغناء.. والرسوم الشيقة، والصور الجذابة، والكاريكاتير، والنكت، والقصص.. وهذا الامتاع الترفيهي ضروري لتبديد كل آثار الضغط والتوتر العصبي الذي يعيشه في القرن العشرين.. الا انه يجب علينا مراعاة ان تكون كل هذه البرامج متفقة ومتماشية مع التعاليم الشرعية للدين الاسلامي الحنيف كي تؤدي برامجنا اهدافها المرجوة.

#### ٦ - وظيفة التسويق ..

من وظائف الاعلام.. أيضا، الاعلان والتسويق.. ويهدف الاعلان الى التأثير في نفوس الجماهير.. باعتبار أن عملية الشراء والتسويق، عملية نفسية فان المعلن يستخدم وسائل الاعلام بهدف جذب الانتباه، واثارة الاهتمام، وخلق الرغبة، والاقناع بسلامة السلع، بهدف دفع الجماهير الى التنفيذ والشراء... كما أن الاعلان يلعب دورا هاما في النشاط الاقتصادي، اذ انه يقرب بين المنتجين والموزعين والمستهلكين.. وله وظائف ارشادية تشرح للجماهير مدى توفر السلع وكيفية الحصول عليها، وشروط شرائها.. الى جانب وظيفته التعليمية التي تهدف الى تعريف الجمهور بحاجاته الى السلع وكيفية استعمالها.. فالاعلان ضرورة اقتصادية واجتماعية.. والاعلان باستخدام وسائل الاعلام فن يرتكز على أسس سليمة من العلم والذوق والاخلاق..

هذه هي الوظائف الاسلامية للاعلام، بصفة عامة.. ومن الطبيعي ان يختلف تحديد الاولوية بين هذه الوظائف، تبعا للظروف، والاهداف، التي ينشدها رجل الاعلام...

ولما كان موضوع دراستنا هو مهمة الاعلام الشبابي، ووظائف هذا الاعلام فسوف يكون تركيزنا على ايضاح، ما يمكن أن يحققه هذا الاعلام.. ودوره في الاوساط الشبابية..

وفي ضوء ما تقدم، تبرز أهمية وظيفتي :-

١ - التنشئة الاجتماعية .

٢ - التوجيه والارشاد .

على ما سواهما من وظائف الاعلام.. في المساهمة في عملية بناء الشباب.. والتي يتحقق من خلالها المضمون الفكري، أو صياغة الاسلوب.. بما يتلاءم مع مرحلة الشباب التي يتجه اليها الاعلام بالمخاطبة آخذا في الاعتبار الخصائص النفسية والطبيعية والفسولوجية لهذه المرحلة من مراحل العمر.. واستعداداتها، وميولها وقدراتها ومقوماتها.. ومن ناحية اخرى. فان الاعلامي الذي يعمل في مجال العمل الاعلامي للشباب يتخذ من هذه المقومات والخصائص مرشدا وهاديا له، لابرار القيم الاجتماعية، والفكرية، التي تدور حولها رسالته الاعلامية..

وقد سبق أن بينا الخصائص التي يتصف بها الشباب، وهي الخصائص السيكولوجية والعقلية والبدنية التي ينفرد بها. وهذه الخصائص هي التي يقوم على اساسها وظائف الاعلام الشبابي...

### ★ التخطيط الاعلامي للشباب :

يبدأ الاعلام الشبابي، بمراحل التخطيط، التي اساسها الأول، المعلومات، والبحوث، التي تنير الطريق، وتبديد الظلام، والتي من خلالها يمكن تحديد الاهداف المرجوة من هذا الاعلام...

وتوضع الخطة الاعلامية العامة، او الاستراتيجية لبلوغ هذه الاهداف، ثم تترجم الخطة العامة، الى برامج تنفيذية، وتكتيكات عملية... ولنجاح خطة الاعلام الشبابي. - التي تعتبر جزءا من الخطة العامة - لا بد من التنسيق بين خطة الشباب واعلامه وسائر الخطط القومية.. الاخرى، لكي تكون فيما بينها خطة شاملة متكاملة...

والتخطيط للاعلام الشبابي، يرتبط ارتباطا وثيقا بوضوح الرؤية، وتحديد الاهداف تحديدا واقعيا دقيقا.. وهذا التخطيط يهدف الى التأثير في نفوس الشباب وتوجيهه على طريق استخدام الرموز استخداما فنيا بارعا.. والتأثير على الشباب لحمله على التصرف بطريقة معينة، تتفق مع العرف والقيم الدينية والاجتماعية السائدة.. دون استخدام للعنف او التغير المادي، اعتمادا على الاساليب النفسية والاسس الدينية والقيم السائدة...

فالاعلام الشبابي يتصل بالتغير النفسي للشباب، أو تفسير الاحداث تفسيراً يتمشى مع الغايات المستهدفة. والافكار والمعتقدات تشكل مؤشرات هادية الى ما يراه الانسان صوابا، والدافع الى السلوك هو العالم المعنوي الذي يتكون، من خلال الثقافات والقيم وتصورات الشباب وافكاره...

ومعنى هذا لا بد ان يكون التخطيط للاعلام الشبابي مرتبطا بالقوى النفسية والاجتماعية والثقافية للمجتمع...

اذن، الاستراتيجية العامة للاعلام الشبابي، هي خطة العمل للتأثير على الشباب بطريقة معينة، تتفق، وقيم، وعادات المجتمع.. ولا بد أن تختار الاهداف المرجوة من هذه الاستراتيجية، على أسس واقعية يمكن تحقيقها عن طريق الوسائل والامكانيات المتاحة، مع دراسة مستفيضة للشباب..

فالاعلام - بصفة عامة - لا يتم في فراغ، ولا يبدأ من فراغ، اذ لا بد من أن تكون استراتيجية الاعلام، مرتبطة باعتبارات، الموقف



العام في المجتمع، دينيا وسياسيا وعسكريا، واقتصاديا، واجتماعيا، وثقافيا...

وتنفيذ الخطة الاعلامية للشباب.. تحتاج الى كفاءات اعلامية، رجال الاعلام - تتمتع بكافة المقومات النفسية والثقافية، واللغوية، والفنية، والاجتماعية اللازمة للاتصال بالشباب...

ومن هنا، فإن الانتاج الاعلامي للشباب، سواء كان مكتوبا مقروءا، او مسموعا، او مرئيا، حين يتصدى هذا الانتاج لمشاكل الشباب ويسعى الى تحقيق أهداف بينهم، فإن هذا الانتاج الاعلامي يستلزم من القائمين به تكريس كافة انتاج العقل البشري من العلوم والفنون والآداب...

وتنفيذ الخطة الاعلامية للشباب، منطلقها الاول هو :-

- تحديد صفات الشباب الذين نتعامل معهم.
- تحديد الأساليب الاعلامية المتاحة ومدى تأثيرها على الشباب.
- تحديد وفهم مدى توفر وسائل الاعلام بين الشباب .. واختيار المناسب منها.

فاذا استطاع الاعلامي في مجال الشباب .. أن يفهم ويدرك هذه العناصر الأساسية للتخطيط الاعلامي الشبابي .. فانه بلا شك قادر على اعداد رسالته الاعلامية، والتخطيط لها تخطيطا سليما يحقق الاستراتيجية وما تستهدفه من غايات ..

ان التخطيط الاعلامي، لا يقوم على الحدس، والتخمين، وانما يبنى على الحقائق والمعلومات التي تؤكد لها دراسة الجماهير التي تتعامل معها، نعرف اتجاهاتها، ورغباتها واحتياجاتها، ونتخير الوسائل الاتصالية، التي يمكن أن تؤثر في الجمهور.

فاذا ما عرفنا مع من نتصل به، وأين يوجد، وكيف نتصل به، وفرنا الكثير من الجهود والنفقات التي تذهب سدى في انتاج رسائل

اعلامية لا تحقق هدفا .. وتصبح مجرد لغو وكلام يذهب ادراج الرياح.

وعلى هذا، علينا أن ندرس الظروف والأحوال التي تساعد على نجاح خطة الاعلام الشبابي، ان وسائل الاعلام .. على تعددها وتنوعها اذا أحسن التخطيط لها أمكنها أن تحقق الكثير من الآمال المرجوة للاستحواذ على نفوس وعقول الشباب المستهدف بحيث يمكن أن نصل اليه بالرسالة الاعلامية الملائمة والناجحة ...

والحكم على مدى نجاح التخطيط الاعلامي للشباب هو الشباب ذاته .. فالشباب هو الذي يقدر مدى نجاحنا في التخطيط أم فشلنا فيه .. ولهذا من المفيد أن لا تكون الخطة من أعلى .. بل لا بد أن تكون ذات اتجاهين .. من أعلى ومن أسفل .. فواضع الخطة الاعلامية .. عليه أن يأخذ من الشباب مكونات وعناصر خطته .. كما أن عليه أن يختبر خطته أثناء مراحل التنفيذ .. ومعنى ذلك أن الخطة وتنفيذها تتطلب اتصالا قويا بين رجل الاعلام، وجمهوره من الشباب .. وذلك عن طريق قياس رد الفعل Feed Back Reaction الذي على أساسه يمكن تدعيم خطته، أو تعديلها، أو الغائها .. كلية.

التخطيط الاعلامي .. ليس جامدا .. لا يقبل التعديل .. بل هو تخطيط ديناميكي .. فهو يتعلق بنشاط انساني، ويرتبط بانسان، وسلوك انسان، والانسان كائن حي يتحرك، وينفعل، ويشعر، وسلوكه يتعدل ويتغير طبقا لمؤثرات عديدة تحيط به والعمل في مجال الشباب يحتاج من رجل الاعلام هذه الديناميكية في التفكير، والتدبير، والتخطيط.

ثالثا : الاعلام الشبابي في المملكة العربية السعودية.

★ أهداف رعاية الشباب :

من نافلة القول، أن نؤكد على ان وسائل الاعلام، جزء لا يتجزأ من التطور القومي، وأن لهذه الوسائل دورا قياديا، يمكن أن تؤديه في هذا

المجال .. ولهذا وجب الاهتمام بايجاد علاقة سببية بين الاعلام ووسائله وبين بناء الدولة ..

وقد اتضح لنا، درجة وطبيعة القدرات المطلوبة لرجل الاعلام في المجال الشبابي .. الذي يتصدى للعمل الاعلامي في اوساط الشباب، وما يجب ان يتوفر له من ثقافة اجتماعية ، واعلامية، تسعفه في وضع الخطة الاعلامية الناجحة، وتعينه على تخطي الصعاب التي قد تعترضه، وعن طريق ذلك يستطيع الاحتفاظ والاستحواذ على بصر وأذن وعقل جمهوره من الشباب المستهدف برسائله الاعلامية ..

ومن الحقائق العلمية الثابتة، التي لا تقبل الجدل والمناقشة، أن تقدم امة من الأمم يعتمد أولاً وقبل كل شيء على تقدم ابنائها .. فما لم تنم الأمة روح شبابها، وطاقاتهم البشرية، فهي غير قادرة على أن تنمي اي شيء آخر ، ماديا او اقتصاديا، أو سياسيا او ثقافيا ..

ومن أجل البحث عن دور الاعلام الشبابي في المملكة، فانه يتعين الوقوف على أهداف رعاية الشباب، وما تقوم به من اجل الشباب .. ان أهداف رعاية الشباب، وقد عبر عنها حضرة صاحب السمو الأمير فيصل بن فهد بن عبد العزيز الرئيس العام لرعاية الشباب بالمملكة العربية السعودية عندما قال :

« المملكة بلاد اسلامي .. وأنا نريد ان يترعرع شبابنا في ظل الدين الاسلامي ومستقبل يسوده السلام..»<sup>(١)</sup>

وفي حديث لسموه الكريم ، لاحدى المجلات الأمريكية يقول<sup>(١)</sup>:

«رسالتنا هي خلق جيل قادر، على النبوغ والتفوق .. قادر على العمل والأمل، وشبابنا قادر على أن يعطي اعظم القدرات العلمية والفنية والرياضية، لأن الدولة توفر له المكان المناسب لأن يمارس

---

١ - الكتاب الرابع للشؤون الثقافية ١٣٩٩ - ١٤٠٠هـ، الناشر - الرئاسة العامة لرعاية الشباب ص ٦

العلم بالتجربة والفكر بالتطبيق .. وشبابنا لديه قدرات غير محدودة على الاستيعاب والفهم والحركة النشيطة...»

وهكذا تتحدد رسالة الرئاسة العامة لرعاية الشباب في المملكة العربية السعودية، وهي الجهة المسؤولة عن نشاطات الشباب، والتي انشئت عام ١٣٩٤ هـ - ١٩٧٤م مرتبطة بالمجلس الاعلى لرعاية الشباب، والمرتبطة ايضا بسياسة عامة شبابية متكاملة، وهي تضع نصب اعينها تنمية الشخصية المتكاملة للشباب المسلم، كما يرشدنا الحديث الشريف..

«المؤمن القوي خير من المؤمن الضعيف وفي كل خير».

ان أهداف رعاية الشباب، تتضح بالنظر الى الادارات التي تصممها الرئاسة العامة لرعاية الشباب، فهي تضم ٢٠ ادارة تهتم كل منها بفرع مستقل من فروع النشاط الشبابي.

فهناك بجانب الادارات الرياضية، التي تهتم وترعى النشاط الرياضي في مختلف مجالاته ادارات اخرى تهتم بالنشاط الأدبي للشباب وتقوم بنشر انتاج الادباء، وتعد اللقاءات الادبية والندوات والمحاضرات .. كما تهتم ادارة الفنون الشعبية بتدوين وجمع التراث الشعبي من مختلف انحاء المملكة .. علاوة على ادارة الشؤون الثقافية التي تضم المهرجان، المسرحية، ومسابقات الفنون التشكيلية وتنظم الاسابيع الثقافية وتشرف على عدد كبير من مراكز الهوايات العلمية

ان اهداف رعاية الشباب، استوجبت ان يكون دور الأندية الشبابية متميزا، فالنادي في المملكة السعودية هو مؤسسة متكاملة، تلعب الرياضة جانبا من الجوانب المتعددة التي تعمل مع بعضها بعضا في بناء شخصية الشاب المسلم، شخصية متوازنة في كافة المجالات..

ان أهداف رعاية الشباب ، تسعى الرئاسة العامة الى تحقيقها من خلال العمل الجاد، والتخطيط المدروس، حتى اصبحت رعاية

الشباب رمزا كبيرا للمعنى اكبر، رمزا لتهيئة جيل من شباب فتي واع، شباب قادر على تحمل التبعات والمسئوليات، شباب يدخره الحاضر للغد المأمول .. للمستقبل المشرق .

لقد حمل المسؤولون عن الشباب في المملكة على عاتقهم مسؤولية رعاية هذا الشباب، بدنيا، وعقليا، وروحيا، واجتماعيا .. وفي سبيل هذا الهدف، يعمل هؤلاء المسؤولون على المساهمة في تنشئة الشباب تنشئة اجتماعية قوية، وذلك بتهيئة الظروف الملائمة لمساعدتهم ، على النمو في النواحي الخلقية، والبدنية، والصحية والاجتماعية، بما يتفق والدين الاسلامي الحنيف ..

كما تهدف رعاية الشباب في المملكة، الى تنظيم طاقات الشباب، وقدراتهم الخلاقة، في مختلف الهوايات وتنمية المواهب، واستثمار الأوقات الحرة لهم ..

كما تعمل رعاية الشباب، على دراسة المشكلات، التي تواجه الشباب ، والعمل، على وضع الحلول المناسبة لها، وتنمية روح المسؤولية لهم ..

وفي سبيل ذلك، يعمل المسؤولون برعاية الشباب على ضمان تكافؤ الفرص وعدالة التوزيع لخدمات الرعاية والارتقاء بجوانب البطولة والتفوق ... كذلك النهوض بالشباب ورعايته في جميع المجالات الثقافية والفنية والاجتماعية والرياضية، والوصول بالمتفوقين منهم لارقي المستويات الدولية والعالمية ..

وعلى هذا، فان رعاية الشباب في المملكة العربية السعودية ، تضع في الاعتبار عند التخطيط للبرامج المحققة لاهدافها، أن تتلمس الاحتياج الفعلي من واقع المطالب التي يحتاجها المجتمع السعودي .. ان التخطيط لا يقتصر على النشاط الرياضي فقط، بل يتعداه الى الثقافة، والانشطة الاجتماعية .

## ★ دور وسائل الاعلام في المجال الشبابي في المملكة :

إذا كان إعداد الشاب، والاهتمام به، ورعايته في المملكة العربية السعودية، أمراً ضرورياً وحتمياً، وإذا كان العمل مسؤولية أساسية للرئاسة العامة لرعاية الشباب، وإذا كانت الخدمات تقدم للشباب في المملكة على أسس مخططة، ومدرسة دراسة واعية فإن وسائل الاعلام في المملكة عليها دور تضطلع به وهذا الدور يضع على كاهل المخططين والقائمين على الاعلام مسؤولية هامة، هذه المسؤولية تبدو في ضرورة أن تواكب الخطط الاعلامية الشبابية الخطط والأهداف التي يسعى اليها المسؤولون عن الشباب .. بل يجب أن تسبق خطط الاعلام خطط رعاية الشباب، ولا بد من الربط بين أجهزة رعاية الشباب وبين أجهزة الاعلام للتعاون معا تعاوناً مثمراً، يستند الى اعلام قوي، يقوم على العلم والبحث بحيث يتوفر المناخ الملائم لهذه الأجهزة الاعلامية والشبابية لتقوم بدورها في كفاءة وأمانة .. والذي لا شك فيه أنه كلما تغلغت وسائل الاعلام .. وكان لها طابع شبابي، كلما تمكنت أكثر في معاونة خطط رعاية الشباب، والوصول الى الشباب في كل أنحاء المملكة بالرسالة الملائمة.

ومجتمع الشباب، جزء من المجتمع الكلي .. والمجتمع له نظامه الاعلامي، الذي يساعده على تيسير أموره، وهذا النظام الاعلامي بمثابة الجهاز العصبي الذي يعمل على تماسك .. أجزاء المجتمع، ويحقق التكامل بين أبنائه .. وهو القوة المحركة للمجتمع، بحيث يؤدي الى حركة المجتمع حركة تفاعلية، مؤثرة ومتأثرة تأخذ وتعطي، ترسل وتستقبل، تربط الماضي بالحاضر وتأخذ الحاضر الى المستقبل.

وإذا استعرضنا خصائص ومقومات المجتمع السعودي، فإننا نستطيع أن ندرك ونفهم الدور الذي يمكن أن تقوم به وسائل الاعلام -

عامة - والاعلام الشبابي خاصة، باعتبار أن وسائل الاعلام، تعمل وتتأثر بالظروف البيئية التي تعمل فيها ... وهناك تفاعل مستمر ودائم بين وسائل الاعلام والمجتمع السعودي كما أن هذه الوسائل ترتبط أوثق ارتباط بالنظام الاجتماعي والاقتصادي والروحي الذي تعمل في ظله.

وعلى هذا، فإن البحث حول دور الاعلام الشبابي في المملكة العربية السعودية، يجب أن يتم في اطار الظروف الثقافية والاجتماعية السائدة في المملكة ... والتي أساسها التقاليد العربية الأصيلة ... والدين الاسلامي الحنيف .. الذي قوامه .. كتاب الله عز وجل والسنة النبوية الشريفة.

والمجتمع السعودي الذي يلتزم بفرائض الله، ويعتز بدين الله، ويتأسى برسول الله .. هذا المجتمع المسلم .. اذا ما استند على اعلام يبرز القدوة الصالحة، لا بد وأن يحقق أفضل النتائج وأطيب الثمار من جهودنا بين الشباب .. فاننا بمساندة الاعلام الواعي المخطط الذي يعاون في ما تقوم به رعاية الشباب كفيل بتوجيه وارشاد شبابنا الى الخير والاستقامة.

ولا يمكن للاعلام الشبابي، أن يقوم بدوره المأمول بين شباب المملكة، دون وجود رجل الاعلام الصالح الذي يجمع بين العلم، الواسع والايمان القوي الراسخ، ويجمع الى القدوة العملية الصالحة، الاستيعاب الكامل للثقافة الاسلامية، وتصوراتها للحياة والكون .. بحيث يدرك علوم الكتاب والسنة، وأهداف التشريع، ويفهم روح العصر الحديث، ومشكلات الشباب، ونفسياتهم، وطريقة حلها، وقد زاده التوسع في دراسة العلوم القديمة والجديدة، ايماننا بالحقائق، وبصدق رسالة الاسلام، وخلودها وعبقريتها تعاليمها.

## ★ قادة الرأي وتدعيم الاعلام الشبابي في المملكة :

الاعلام الناجح، هو الذي يعتمد على اتجاهات أفراد المجتمع وقيمهم ... والاعلامي الناجح لا يقتصر على مجرد تقديم الكلمة، أو الفكرة الموجهة، بل يعتمد - وهو يقدمها - الى التوصل بالموثرات الحسية، والعقلية، والنفسية، التي يراعى أن تكون متمشية مع المثل والقيم والعادات والتقاليد السائدة بين الشباب.

وقد يعترض العمل الاعلامي في مجال الشباب، بعض الصعوبات، والعقبات، التي أساسها الأفكار التقليدية التي تعيش في عالم الماضي، وتتمسك بالتقاليد، والقيم الموروثة، وهذه الأفكار غالباً ما تستخدم وسائل الاعلام التقليدية.

وهذه الوسائل التقليدية القديمة تعتمد على الكلمة التي يتناقلها الناس، والتي تؤثر في وجدان الشباب بحيث تصبح جزءاً من كيانهم .. ان الأفكار التي تنتقل من خلال الاتصال التقليدي تحمل من الأفكار ما يعتبر جزءاً لا يتجزأ من فلسفة الأجيال وحكمتها.

والاعلامي في مجال الشباب، عليه أن يستفيد من هذا النظام التقليدي للاعلام، وهو الاعلام الذي يعتمد على الاتصال الشخصي المباشر .. لأن هذا الاتصال الشخصي يرتبط بثقافة البيئة .. ان استخدام الثقافة البيئية هي بمثابة عجلة الاعلام التقليدي .. والشباب لديه آراؤه وأفكاره وثقافته الى جانب تأثره بالآراء والأفكار السائدة في مجتمعه .. وهناك قنوات الاتصال والاعلام الشخصي المباشر التي تبرز في شخصية خطيب المسجد، والمدرس، والأفراد الذين يتمتعون بشخصية مؤثرة وآراء نافذة مسموعة لدى الشباب، هؤلاء يمثلون قنوات الاعلام الشخصي المباشر، التي لها خطورتها وتأثيرها على الشباب .. وهؤلاء ما يطلق عليهم علماء الاعلام قادة الرأي.

وعلى ذلك، لا يمكن تجاهل تأثيرهم على الرسالة الاعلامية للشباب .. فهم يحققون نجاح هذه الرسالة اذا كان اتجاههم مؤيداً لها،



فيتحقق بذلك الأثر المرجو .. وهم يستطيعون افشال هذه الرسالة أو التقليل من شأنها اذا كان اتجاههم مضادا لها.

ومن هنا تبرز أهمية الوصول الى هؤلاء وتوعيتهم، وحفزهم بكافة الوسائل التي تفهم وتقبل القيم وأنماط السلوك المطلوب احلالها محل القديم الفاسد .. ومدى ما يحققه ذلك لهم وللمجتمع من تقدم ورفاهية .. مع السعي لاقتناعهم بالتعاون لتحقيق التطور والدعوة الى عدم التعصب للقديم في مواجهة الجديد من أنماط السلوك والحياة.

وبذلك يتحقق الربط بين الاعلام الجماهيري وقنوات الاتصال الشخصي، الممثلة في قادة الرأي وهم العوامل الوسيطة لخدمة أهداف الشباب وتنميته.

### ★ تقييم الاعلام الشبابي في المملكة :

تتعدد وسائل الاعلام وتنوع في المملكة العربية السعودية .. وعلى تعددها وتنوعها من صحف ومجلات، وكتب، ومطويات .. علاوة على الاذاعة مسموعة ومرئية .. تحاول كل منها أن تقدم للشباب الاعلام الخاص به .. وفي محاولة لقاء نظرة سريعة على الجرعة الاعلامية التي تقدم لشباب المملكة في محاولة لتقييم ما يقدم .. يجدر بنا ونحن في مجال البحث العلمي والدراسة الموضوعية .. أن يكون التقييم أساسه الموضوعية.

نعم هناك اعلام شبابي في المملكة، سئل في ما تقدمه الوسائل الاعلامية .. ولكن السؤال الذي يطرح نفسه في ختام هذا البحث.

هل ما يقدم هو بالفعل ما يجب أن يكون ؟ وهل هذه الأجهزة الاعلامية تقوم بدورها - كما يجب أن يكون - أم أنها بلغت حد الكمال .. الذي يمكن معه القول أنه ليس في الامكان أبدع مما كان ؟!

الاجابة .. لا يمكن أن تكون بنعم .. كما لا يمكن أن تكون بلا !!

لماذا ؟

لم ولن يوجد حتى الآن في مجال الاعلام الشبابي ما يمكن أن يطلق عليه حد الكمال .. فالكمال لله وحده سبحانه وتعالى : ولكن هناك اجتهادات ومحاولات لايجاد نوع من الاعلام الشبابي يخدم أهداف شباب المملكة .. ولكن .. الملاحظ أن هذا الاعلام يرتبط ارتباطا كبيرا بجانب واحد من جوانب النشاط الشبابي واهتماماته .. وهو النشاط الرياضي وكأن الشباب والاهتمام به لا يكون الا من خلال الرياضة البدنية فقط !! وحتى هذا الجانب لا يتم بتخطيط اعلامي علمي .. فنجد الصفحات والمقالات، والاذاعة والتلفزيون، لا اهتمام لها الا بلعبة واحدة .. تحظى بكل اهتمام اقلام وأفكار رجل الاعلام الشبابي، وهي لعبة كرة القدم .. التي تحتل بؤرة الشعور وما عداها في هامش الشعور ..

قد يقال أن هذه اللعبة هي اللعبة الشعبية التي تحظى باهتمام شباب المملكة .. ولكن كما سبق وأن قلنا .. الاعلام ليس مهمته ابرار القائم .. وتدعيم السلوك الحالي .. الاعلام مهمته التبشير بقيم جديدة ونشاطات أخرى .. ان رسالة الاعلام الشبابي تتعدى مجرد وصف المباريات والقاء الضوء على ابطالها .. والاسهاب في التعليق على مزايا ناد دون آخر .. إن في هذا الاعلام دغدغة لمشاعر الجماهير، واسترضاء لها .. ولكن في نفس الوقت عمل قيم قد تفسد الشباب وتدفعه الى التعصب الأعمى، والتحزب ..

ان أجهزة الاعلام في المملكة عليها دور هام لاعداد الشباب الصالح .. وتنميته .. من خلال تنمية ثلاث نواح في شخصيته .. الفكر .. العاطفة .. العمل .. ويقصد بالفكر - تكوين الشاب وتربيته في أمرين :-

- ١ - تزويده بالمعلومات الأساسية التي تسلحه بسلاح المعرفة وخصوصا المعلومات المتصلة بشؤون وطنه ودينه ومجتمعه.
- ٢ - اثارة الرغبة في نفوس الشباب في طلب المعرفة والاستزادة منها.

## أما العاطفة :

فهي تنمية الشباب الصالح بتغذية شعوره بكل العواطف النبيلة نحو وطنه العزيز وكل ما يتعلق به ومن هذه العواطف النبيلة حب الوطن الذي سقاه أبأؤه وأجداده بعرق الجبين ودم القلب جيلا بعد جيل .. ومن هذه العواطف عاطفة حب المواطنين الذين يعيشون معه في هذا الوطن ويتكلمون لغته ويقرأون بها .. ومن هذه العواطف حب الحياة المثلى القائمة على القيم الدينية والاجتماعية التي يؤمنون بها والمثل العليا التي يعيشون من أجلها ..

فأين هذه الأهداف في وسائل الاعلام الشبابية في المملكة ؟!

إن أجهزة الاعلام .. اذا ما تناولت هذه المسائل فإنما تتناولها بطريقة عفوية .. دون خطة، أو رسالة موضوعية.

انها نظرة سريعة .. ولكن .. أساس الحكم الصائب والتقييم الموضوعي، هو محاولة اجراء دراسة علمية، لتحليل مضمون ما تضمه هذه الوسائل .. وهذا دور يضطلع به المتخصصون في الدراسات الاعلامية في المملكة ... حتى يمكن أن يتواجد الاعلام الشبابي الملتزم، القائم به رجل الاعلام، يدرك أبعاد العملية الاعلامية.

## ★ الختام :

من كل ما تقدم، يمكن القول في ختام هذه الدراسة، أن الاعلام الشبابي، بصفة عامة والاعلام الشبابي في المملكة العربية السعودية، بصفة خاصة ليس مجرد اعطاء معلومات للشباب، أو املاء أوامر ونواهي اليه .. فالشباب ليس مجرد وعاء تصب فيه المعلومات، والمفاهيم فيقبلها على علاتها .. الشباب ليس صفحة بيضاء تتلقى ما يسطر عليها .. الشباب نتاج تفاعل مستمر مع بيئته : مادية كانت أم اجتماعية، ليس موقفا سلبيا ينفعل بها ويتأثر بها طبعاً دون أن يحاول التأثير فيها ...

وعلى هذا فان نجاح الاعلام الشبابي في المملكة مرتبط بمدى ما يحققه هذا الاعلام من أهداف على أسس ومقومات المجتمع السعودي، وما يتميز به من خصائص دينية، واجتماعية، وثقافية، وتقاليد، وعادات تسود هذا المجتمع .. وكان نتيجة هذه الدراسة، أن الاعلام الشبابي في مملكتنا مطالب بأن يقوم بدوره على أسس علمية، ومبادئ اعلامية سليمة بعيداً عن الاجتهاد، ومحاولات الخطأ والصواب ...

ان الاعلام الشبابي مطالب من خلال أداء رسالته بتحقيق أهداف محددة، من أهمها :-

- ١ - المساهمة الفعلية الايجابية في ارساء ونشر القيم الأخلاقية والمبادئ الاسلامية بين الشباب خاصة، والتي جاء بها الدين الاسلامي الحنيف باعتباره دستور الانسانية.
- ٢ - المشاركة في اشباع مطالب النمو النفسي للشباب خاصة والمواطنين عامة. وذلك من خلال معاونتهم على تفهم ذاتهم وتقبلها وتحقيق وتدعيم ثقتهم بنفسهم بما يتمشى ومفاهيم المرحلة التنموية التي يعيشها هذا الوطن في ظل الشريعة الاسلامية.

٣ - المشاركة في اشباع النمو الاجتماعي لدى الشباب خاصة وذلك عن طريق تكوين اتجاهاته السليمة نحو الآخرين، وتطوير سلوكه الى ما هو أكثر نضجا حتى يتحقق له التوافق الاجتماعي في ظل التعاليم الاسلامية.

٤ - توضيح الطريق السوي السليم للشباب والمسؤولين عنهم للاستمتاع بمباهج الحياة بشكل صحي وطبيعي سليم دون تقصير أو تفريط.

٥ - الاعداد الاعلامي المبرمج السليم لدعوة الشباب الى الاهتمام والقيام بدوره لتحمل أعباء المسؤولية المنتظرة في الأسرة والمدرسة والجامعة وغيرها من وحدات المجتمع.

٦ - المساهمة في غرس وتشجيع الميول الفنية والأدبية والعلمية والاهتمام بنشر الهوايات والمسابقات بين الشباب والمساهمة في سد وقت الفراغ بما يعود على المواطن والوطن بالخير مع مراعاة العمل على الحفاظ على تراثنا العربي والاسلامي والارتقاء به بما يتمشى واستخدام تقنيات القرن العشرين.

٧ - ان خدمة الشباب مهنة قيادية .. ولكنها ليست كبقية المهن، لذا فلا بد من بذل المزيد من الجهد والاهتمام لدعم وتطوير أقسام الاعلام في جامعاتنا وتعديل برامجها بما يتمشى وأسس البرمجة الاعلامية الاسلامية والعالمية. مع فتح المجال أمام الشباب للنهل من مناهل العلم الصحيحة وتهيئتهم لتحمل أعباء مسؤولية المستقبل القريب.

٨ - العمل على اعداد برامج اعلامية - خاصة - تسهم في عمليتي صقل ومحو الأمية الاعلامية لدى الشباب والمواطنين والكثير من العاملين في المجالات الاعلامية، وذلك لتحقيق مبدأ الأمانة العلمية عند اعداد ونشر الخبر الاعلامي مقروءا أو مسموعا أو منظورا.

٩ - بذل المزيد من الجهد من أجل التعمق في اجراء الدراسات العلمية على كافة المستويات في المجتمع - وللشباب خاصة - وعلى المستويين الأمني والاعلامي مع العمل على اشراك جزء من الشباب الواعي المثقف بصورة ايجابية كي تكون هذه الدراسات أكثر جدية وفعالية علما وعملا.

١٠- العمل على الحد من نشر كامل تفاصيل وقائع الجرائم في المجتمع العربي والعالمي .. والاكتفاء بالتنويه عن نوعية الجريمة والعقاب .. مع ذكر المقارنات الاسلامية لما يحدث في الجرائم العالمية لتبيان مدى السماح في الاسلام وبعد النظر في معالجة الجرائم والقضايا المختلفة من أجل حماية المجتمع وأفراده.

١١- ضرورة وضع برامج اسلامية تربوية علمية لتوعية وارشاد السجناء والمجرمين على مختلف مستوياتهم، وفصل حالات الشباب منهم لما لذلك من مخاطر .. مع النظر بصورة أكثر جدية في رعايتهم الرعاية التي تكفل اعدادهم وتوجيههم نفسيا واجتماعيا للانخراط مرة أخرى في المجتمع كمواطنين صالحين فيه.

١٢- الاهتمام بوضع واعداد برامج اعلامية للشباب المبتعث.

١٣- تبادل البرامج الاعلامية بين الدول العربية مع التركيز على قطاعات الشباب وأنشطتهم المختلفة.

والاعلام الشبابي، لا يقتصر على مجرد تقديم الكلمة، أو الفكرة الى الشباب، بل يعمد وهو يقدمها الى التوصل بالموثرات الحسية، والعقلية والنفسية، ويراعى في ذلك أن تكون متمشية مع المثل والقيم والعادات والأفكار والتقاليد السائدة بين الشباب .. فالشباب يريد أن تتحدث وسائل الاعلام معه لا أن تتحدث اليه.

والاعلام الشبابي، مطالب أولا وقبل كل شيء بأداء وظيفتي التنشئة الاجتماعية، والتوجيه والارشاد.

والتنشئة الاجتماعية والتوجيه والارشاد كوظيفتين أساسيتين  
للاعلام الشبابي، في حاجة الى التخطيط الذي أساسه الأول المعلومات  
والبحوث عن الشباب .. فالاعلام الشبابي، لا يبدأ من فراغ، وتنفيذ  
التخطيط يحتاج الى كفاءات اعلامية - رجال اعلام - قادرة ومدركة  
وواعية لخصائص الشباب من كل جوانبها النفسية والاجتماعية،  
كفاءات تتكلم لغة الشباب وتشعر بأحاسيس الشباب .. ان فاقد الشيء لا  
يعطيه .. ان العمل الاعلامي في مجال الشباب، لا يقوم على الحدس  
والتخمين، وانما يبنى على الحقائق والمعلومات التي تؤكد الدراسات  
العلمية عن الشباب.

وقد سبق وأكدنا أن العمل الاعلامي ليس مجرد حرفة، أو  
مهنة، بل هو فن يتطلب بجانب الدراسة أو المهنة، الموهبة الفنية،  
والاحساس الفني، والذوق الفني، الذي يترجم الى عمل مؤثر وفعال  
للجمهور.

ودراسة الجمهور المستهدف عنصر هام من عناصر عملية  
الاعلام، وعملية الاعلام جزء من كل هو عملية الاتصال ...  
والاتصال له عناصره، التي تكون سلسلة الاتصال ابتداء من صاحب  
الفكرة الى التأثير المطلوب منها على الجمهور المستهدف، واذراك  
هذه العناصر جميعها، والربط بين عناصرها، هو أبرز مقومات  
العملية الاعلامية التي من الممكن أن تفشل وتنهار، لو أغفلنا عنصرا  
من عناصرها.

لقد سبق أن أشرنا خلال هذه الدراسة الى أهمية التخطيط الاعلامي  
خاصة في مجال الشباب في المملكة العربية السعودية .. ان غياب  
التخطيط، وعدم وضوح الرؤيا أمام القائمين بالاعلام الشبابي في  
المملكة، السبب الرئيسي في قصور هذا الاعلام على القيام بدوره كما  
يجب، اننا في حاجة الى رجال اعلام يتفهمون خصائص الشباب،  
وخصائص المجتمع، والتقاليد الأصيلة في المملكة ... ليس المهم تعدد

وتنوع وسائل الاعلام وأفراد الصفحات والملاحق عن النشاط الرياضي، أو النشاط القائم.

الحكم على الاعلام الشبابي في المملكة، ليس من خلال الكم الهائل الذي ينشر .. فالتقييم في الاعلام، لا يقوم على الكم، ولكن على الكيف !!

ليس من المهم مقدار ما ينشر عن الشباب في المملكة، ولكن المهم ماذا يقول الاعلام الشبابي لشباب المملكة.

ان المسؤولين عن الدولة والوطن، والقائمين على الشباب، يدركون مسؤولياتهم تجاه الشباب، ويبدلون كل ما في وسعهم من أجل تنمية الشباب باعتبارهم أمل المستقبل .. ولكن كل الجهود، وكل ما يقدم الى الشباب من رعاية وخدمات لا تؤتي ثمارها، الا بإعلام شبابي قوي يساند هذه الجهود ويواكب كل خطط رعاية الشباب ويدعمها .. بل لا بد للاعلام أن يسبقها ويمهد لها.

ومن هذا المنطلق .. نؤكد في نهاية هذه الدراسة على أهمية ربط الاعلام الشبابي بالمملكة بأهداف وخطط القائمين على رعاية الشباب .. حتى يمكن المساهمة والمشاركة الفعالة من جانب أجهزة الاعلام لأجهزة رعاية الشباب في أداء رسالتها.

هذا، ختام بحثنا عن دور الاعلام الشبابي في المملكة العربية السعودية، وقد يكون مجرد خطوة على الطريق، في سبيل المزيد من الدراسات والبحوث حول هذا الموضوع .. فالموضوع أكبر من أن يقدم في عدة صفحات محدودة، لأن مجال الشباب والاعلام مجال بكر لا زال يحتاج الى المزيد من الاهتمام من جانب الباحثين والدارسين في مجالي الشباب والاعلام.

نرجو في الختام، أن نكون قد وفقنا في تنشيط ذهن، والاهتمام بهذا الموضوع الحيوي الهام.



## المراجع

### أ - المراجع العربية

- ١ - د. ابراهيم امام  
الاعلام والاتصال بال جماهير، الأنجلو المصرية،  
القاهرة طبعة أولى ١٩٦٩م.
- ٢ - د. ابراهيم امام  
فني العلاقات العامة والاعلام،  
الأنجلو المصرية، القاهرة ١٩٦٧م.
- ٣ - د. ابراهيم امام  
دراسات في الفن الصحفي،  
الأنجلو المصرية، القاهرة ١٩٧٢م.
- ٤ - د. جيهان أحمد رشني  
الأسس العلمية لنظريات الاعلام،  
دار الفكر العربي، القاهرة ١٩٧٥م.
- ٥ - د. لويس مليكه،  
سيكولوجية الجامعات والقيادة،  
المؤسسة المصرية العامة للتأليف والنشر (بدون تاريخ).
- ٦ - د. يوسف مرزوق  
المدخل الى حرفية الفن الاذاعي،  
الانجلو المصرية، القاهرة ١٩٧٥م.
- ٧ - د. يوسف مرزوق  
الاذاعة الاقليمية والتنمية،  
الانجلو المصرية، القاهرة ١٩٨٠م.
- ٨ - د. يوسف مرزوق  
الانتاج الاعلامي (تحت الطبع) مذكرات لطلبة كلية الاعلام).
- ٩ - د. يوسف مرزوق،  
الفن الاعلامي بين الحرفية والابداع (مقالات في مجلة الفن الاذاعي) القاهرة.

### ب - المراجع الأجنبية

- 1 Danill Lerner, The Passing of Traditional Society Modernizing the Middle East. Glence Illinois, the Free Press 1964.
- 2 Joseph Klapper, the Effects of Mass Communication Illinois, the Free Press 1963.
- 3 Schramm, Welber, Mass Media and National Development, California Stanford Univ. Press 1964.